

食品饮料行业周报

估值修复在途，关注端午回款

2023年6月19日



行业评级

食品饮料行业 强于大市（维持）

证券分析师

张晋溢 投资咨询资格编号:S1060521030001
电子邮箱:ZHANGJINYI112@PINGAN.COM.CN

王萌 投资咨询资格编号:S1060522030001
电子邮箱:WANGMENG917@PINGAN.COM.CN

食品饮料周报-观点

白酒行业

本周白酒指数（中信）累计涨跌幅+9.30%。涨幅前三的个股为：顺鑫农业（+15.15%）、舍得酒业（+13.83%）、迎驾贡酒（+13.67%）；仅一支个股下跌：岩石股份（-0.12%）。

观点：需求环比提升，高端酒需求仍然旺盛。二季度终端动销相比一季度有所放缓，但白酒批价仍保持相对稳定，表明白酒在宴席、商务等渠道的刚需属性仍能支撑行业持续发展。从库存看，由于酒企进行二季度回款，库存水平环比上升，同比仍然下降，整体保持在合理区间。我们于近期在合肥、苏州进行了白酒渠道调研，当前在消费疲软背景下头部酒企需求依旧旺盛，消费场景较去年有所复苏，距疫情前水平依旧略有不足，下半年市场活力预期强于上半年。我们认为目前白酒板块的估值处于阶段内较低水平，且行业具备穿越周期的能力，建议立足长期战略布局，推荐关注两条主线，一是需求坚挺的高端及次高端酒企，推荐贵州茅台、五粮液、泸州老窖、舍得酒业；二是受疫情冲击较小的苏皖区域龙头酒企，推荐古井贡酒、今世缘、洋河股份。

食品行业

本周食品指数（中信）累计涨跌幅+3.77%。涨幅前三的个股为：绝味食品（+11.93%）、中炬高新（+10.40%）、来伊份（+9.93%）；跌幅前三的个股为仲景食品（-2.64%）、华统股份（-3.27%）、仙乐健康（-3.45%）。

观点：需求具备韧性，消费复苏初显。二季度以来大众品需求复苏力度不及预期，但近期社零数据体现出复苏趋势持续。同时成本端由于农产品原料与包材进入下行通道，板块成本压力缓解。需求改善和成本下降的共同作用下，企业盈利能力或将改善，可逢低布局相关细分行业。啤酒：高端化趋势持续，叠加22年低基数、现饮场景复苏和全球高温预期，旺季啤酒有望实现量价齐升。速冻食品、预制菜、冷冻烘焙：行业空间广阔，长期逻辑清晰，伴随下游餐饮行业景气度逐渐改善，具有规模优势的龙头企业有望快速抢占市场份额，通过产品结构优化和精细化费用管理改善盈利能力。乳制品：原奶价格持续回落，竞争趋缓，盈利能力将得到修复，看好全国性乳企估值修复和区域性乳企弹性释放。调味品：复苏斜率相对平缓，随着后续餐饮渠道修复加速、库存消化和产品结构改善，板块业绩有望逐季改善。我们认为餐饮产业链复苏、成本回落将作为大众品主线，推荐安井食品、千味央厨，建议关注青岛啤酒、燕京啤酒。

食品饮料周报-白酒个股观点

个股观点

- ◆ **贵州茅台**，本周累计涨跌幅+7.90%。观点：1) 公司积极推进多项改革措施，持续推动i茅台线上平台的建设，提升直营占比，提高盈利能力；精简系列酒产品，推出茅台1935扩宽系列酒千元价格带，优化产品结构，营收规模实现稳步提升。2) 自3月开始进入消费淡季，飞天茅台批价整体保持稳定，短期看，消费复苏不及预期，茅台批价回升幅度承压；长期来看，得益于茅台的高品牌壁垒和强抗风险能力，茅台批价稳中有升，表明终端需求仍具有较强支撑力。3) 我们认为，茅台作为高端白酒代表将充分受益经济复苏，技改项目大幅提升了茅台酒的产能为公司长足发展提供了坚实的基础，同时系列酒有望持续放量并成长出新的大单品，伴随库存消化，或可在端午迎来动销小高峰。我们看好公司业绩持续稳步增长，维持“推荐”评级。
- ◆ **五粮液**，本周累计涨跌幅+11.84%。观点：1) 核心大单品第八代五粮液批价稳中有升，动销增速表现强劲，经销商库存相对良性；公司向中高价位产品聚焦，五粮春、五粮醇、五粮特头曲、尖庄等全国性战略大单品和区域性重点品牌影响力持续增强。2) 渠道方面，公司传统经销渠道、直销团购渠道、创新渠道分工明确、互为补充，渠道布局显著优化，直销渠道占比持续提升，数字化进程持续推进。3) 在商务宴席场景复苏、公司改革持续推进、产品结构渠道结构优化、品牌力坚挺背景下，五粮液作为高端白酒龙头，有望实现价稳量升。我们看好五粮液长期竞争力，维持“推荐”评级。
- ◆ **泸州老窖**，本周累计涨跌幅+12.95%。观点：1) 公司坚持“国窖”和“泸州老窖”双品牌运作，公司产品结构完善，高档国窖品牌力不可撼动，中档特曲卡位次高端价格带，低档头曲二曲定位大众消费，品牌矩阵日臻完善，中高档白酒在公司战略支撑下，整体毛利率保持在合理区间。2) 在渠道上精耕细作，公司深耕西南、华北等优势市场，布局渠道下沉，积极推进华东、华南等潜力市场招商进度，全国化进程稳步推进，同时品牌专营模式增强终端掌控力，发展动能有望得到释放。3) 管理层经验丰富，致力于消费者培育。因此我们看好泸州老窖的长期竞争力，维持“推荐”评级。

食品饮料周报-白酒个股观点

个股观点

- ◆ **山西汾酒**，本周累计涨跌幅+7.72%。观点：1) 管理层人事调整平稳落地，新任袁清茂董事长在股东大会上明确工作重心，提出聚焦营销、品质、文化赋能、深化改革、管理优化“五个聚焦”，全方位推动汾酒高质量发展，汾酒发展势能得以持续。2) 省内消费场景复苏加快拉动省内营收增长，聚焦15个头部城市，持续拓展环山西、华东以及华南市场，全国化势头不减。3) 加快数字化系统的建立与落地，打通生产到消费链路，掌控真实消费数据，提高公司控价能力，实现销售费用精准投放。展望未来，公司将持续聚焦高端产品打造、品牌高价值塑造、高端消费者培育。我们看好山西汾酒持续改革驱动的发展能力，维持“推荐”评级。
- ◆ **洋河股份**，本周累计涨跌幅+6.52%。观点：1) 精耕省内市场，聚焦做深做透，提高产品覆盖面；省外以次高端产品运作为核心，提高渠道掌控力，加快空白市场布局。公司全国化进程稳步推进。2) 公司推出梦之蓝手工班（大师），升级海之蓝等产品，巩固梦六+战略主体地位，加强水晶版梦之蓝消费者培育，不断做大海之蓝规模，产品矩阵进一步优化。3) 随着消费场景的复苏、江苏白酒消费持续升级以及洋河全国化战略布局深入，公司进入了改革势能持续释放的阶段，我们看好洋河的长期竞争力。维持“推荐”评级。
- ◆ **舍得酒业**，本周累计涨跌幅+13.83%。观点：1) 深耕核心优势市场，同时公司将部分城市设立为特区，在重点新兴市场积极进行招商布局，管理条线逻辑由产品主导转为区域主导，提升组织目标一致性，完善全国化渠道布局。2) 舍得作为次高端名酒将充分受益消费场景复苏，终端库存持续出清，叠加五一、端午动销活动，短期内公司业绩具备向上弹性。3) 春糖会期间，公司推出了千元价位段战略新品“藏品·舍得10年”，从品牌推广、运营模式、营销支持等三大维度发力，助力产品快速破局高端白酒市场，未来可期。因此，我们看好公司的长期竞争力。维持“推荐”评级。
- ◆ **今世缘**，本周累计涨跌幅+10.87%。观点：1) 江苏消费升级趋势全国领先，省内市场主流价位带产品已达到300元以上，今世缘国缘四开、对开牢牢卡位省内300-500次高端价位带，六开着力打造样板市场，发力600元价位带。整体将受益于苏酒扩容红利。2) 公司作为苏酒双雄之一，近年来通过产品、营销、组织架构等一系列调整，向百亿目标砥砺前行。我们看好公司组织架构变革后的长期竞争力。维持“推荐”评级。

食品饮料周报-食品个股观点

个股观点

- ◆ **重庆啤酒**：本周累计涨跌幅+12.92%。观点：1) 公司基地市场新疆22年以来受外部环境冲击业绩表现有所下滑，一季度以来受益于政策放开新疆旅游持续发展，疆内业绩有望迎来销售恢复。2) 此外相继推出独库公路特别版、新疆特色白啤等产品，预计将贡献较大业绩弹性。疆外方面，乐堡、重庆等品牌不断加大营销投入，1664、风花雪月新品不断推出，新型消费场景不断拓展将作为强驱动力刺激下半年业绩释放。维持“推荐”评级。
- ◆ **青岛啤酒**：本周累计涨跌幅+7.18%。观点：1) 23Q1公司业绩延续向好势头，量价齐升实现开门红，产品结构进一步改善，白啤、纯生、1903等产品市场表现良好维持高增态势。23Q1销售费用率及管理费用率不断精益，宣传费用投放更加精细化，股份支付费用有效缩减，显著提升盈利能力。2) 随着啤酒旺季即将到来结合22年疫情影响下销量低基数，下半年业绩有望继续得到改善。同时，费用端包材价格整体呈下行趋势，大麦也在逐步回落，预计后续吨成本将得到改善，整体成本压力有望逐季缓解，看好全年利润弹性释放。建议关注。
- ◆ **燕京啤酒**：本周累计涨跌幅+10.27%。观点：1) 公司不断深化大单品战略，定位于次高段价格带的燕京U8市场表现依旧强势，延续快速增长势头。23Q1燕京啤酒抓住市场恢复机遇，在餐饮流通等渠道持续发力，盈利表现亮眼超越行业平均水平。基于2022年下半年U8基数较低，预计23H2燕京啤酒业绩增长势能依旧不减。2) 燕京啤酒还积极推动鲜啤2022全国化，继续培育V10白啤等高端产品，实现大体量业务升级转移。整体来看，公司改革红利持续释放，盈利子公司持续改善，弱势子公司有望持续减亏，看好全年利润率弹性。建议关注。
- ◆ **安井食品**：本周累计涨跌幅+4.70%。观点：1) 公司速冻火锅料制品龙头稳固，23年以来消费场景逐渐修复，餐饮端需求提升叠加家庭火锅消费，速冻半成品消费频次增加，速冻火锅料业务有望保持高增趋势。2) 预制菜板块正处于高速成长的放量阶段，公司抓住市场机遇，充分利用近年来“销地产”布局的产能优势，各基地协同发展、规模效应逐步显现，并通过“自产+并购+贴牌”策略，发力布局预制菜市场，传统速冻火锅料制品和速冻面米制品营业收入稳步增长，重点布局的预制菜肴板块业务快速上量。3) 长期来看，速冻食品行业发展前景良好，公司渠道BC兼顾，生产基地布局完善，速冻火锅料龙头优势愈发凸显，第二增长曲线速冻预制菜表现亮眼，维持“推荐”评级。

食品饮料周报-食品个股观点

个股观点

- ◆ **千味央厨**：本周累计涨跌幅+3.58%。观点：1) 伴随消费复苏场景恢复，大小B餐饮客户需求回暖，公司B端收入2023年增速较快。大B端，百胜中国今年以来表现强劲，华莱士维持稳定增长；小B端，社会餐饮渠道稳步复苏，乡厨及团餐需求旺盛，且与公司产品匹配性强。2) 主要原材料价格已经有所回落，叠加公司费用率不断改善，下半年整体盈利能力将进一步提升。3) 公司拟定增用于建设新工厂解决产能瓶颈，并收购味宝食品切入茶饮供应链；同时针对 C 端市场，公司推出了挖掘传统创意美食的品牌“岑夫子”，以及面向年轻群体的品牌“纳百味”，业务增量可期。维持“推荐”评级。
- ◆ **立高食品**：本周累计涨跌幅+0.18%。观点：1) 23Q1由于新产线投产及员工培训支出增加公司盈利水平有所回落，但伴随成本端棕榈油价格持续下行，叠加产能利用率提升，公司盈利能力持续改善确定性强。2) 23Q1多款新品上架山姆市场反馈积极，餐饮茶饮及新零售渠道收入同比实现较大增长。公司多方位推进营销、研发体系改革并完善供应链。预计随着KA渠道新品推广普及以及改革效果持续释放，公司业绩具备较大修复弹性。建议关注。
- ◆ **伊利股份**：本周累计涨跌幅+1.97%。观点：1) 2023年初受经济弱复苏及春节备货提前影响，公司液奶收入同比略有下滑。2) 公司今年持续推动新品上市和渠道扩张，有望保障安慕希、金典等重点单品收入稳步向好，奶粉及奶酪方面继续进行渠道下沉扩张抢占市场，有望延续较快增长。3) 根据公司经营规划，23年力争实现营业总收入1355亿元，同比增长10%，利润总额125亿元，同比增长 18%。且公司当前处于估值低位，配置价值凸显。维持“推荐”评级。
- ◆ **新乳业**：本周累计涨跌幅+4.40%。观点：1) 公司发布2023-2027年战略规划，公司将继续以“鲜立方战略”为核心方向，通过做大做强核心业务，努力推动高品质鲜奶产品未来五年符合年均增长率不低于20%，未来五年新品年复合增长率大于10%，负债率未来五年降低10个百分点。2) 23年以来原奶价格持续下行，公司继续锚定低温奶优势产品，公司盈利能力有所提升。公司内生增长、外延并购双轮驱动，费用投放持续优化，23年预计业绩将实现新增长。公司内生增长、外延并购双轮驱动，费用投放持续优化，23年预计业绩将实现新增长。建议关注。

食品饮料周报-食品个股观点

个股观点

- ◆ **妙可蓝多**：本周累计涨跌幅+7.35%。观点：1) 公司业绩自22年底以来承压，渠道库存管理面临一定挑战，23Q1业绩出现较大下滑，主要是因为产品销售不及预期+原材料价格上涨。2) 公司费用端管理优化效果显著，不断优化经销商质量提升广告投放效率，精简员工薪酬支出，实现销售管理双费递减。3) 公司发布了新品有机奶酪棒和慕思奶酪杯刺激消费者购买需求，形成休闲+餐饮，2B+2C双轮驱动的营销模式，并努力探索新的奶酪大单品促进业绩增长，看好23年下半年公司业绩的触底反弹。维持“推荐”评级。
- ◆ **海天味业**：本周累计涨跌幅+4.72%。观点：1) 产品侧，公司在维持酱油、蚝油及酱类三大核心业务基础上，持续发力食醋、料酒等新品类，借助调味品平台及渠道优势提升市占率。2) 渠道侧，公司增加餐饮渠道费用与SKU投放，不断拓展渠道深度；C端加速零添加产品布局，持续提升产品结构，精简供应商数量。3) 23年餐饮端需求逐步回暖，随着公司不断理顺渠道体系，C端结构持续升级，期待公司基本面迎来拐点。4) 长期来看，公司作为调味品龙头，在品牌/产品/渠道方面竞争优势突出，市场份额加速提升，我们看好公司长期发展。2022年舆论风波帮助提升消费者健康意识，有望加速零添加调味品赛道扩容，海天的产品结构亦有望持续提升。维持“推荐”评级。
- ◆ **宝立食品**：本周累计涨跌幅+1.30%。观点：1) B端：公司在B端业务稳健增长的基础上，不断开发新品类满足B端客户要求，维系大B客户，开发助力中小B客户，公司有望客户成长中受益。2) C端：公司积极布局电商6.18活动，同时发力线下渠道建设，进入零售商超货架并与O2O平台达成合作，成功开发微波炉意面切入便利店渠道。3) 公司依靠稳固的B端客户及意面龙头地位，有望在消费复苏确定性加强和6.18电商活动催化下，业绩进入上升通道，收入增长可期。维持“推荐”评级。
- ◆ **千禾味业**：本周累计涨跌幅+5.15%。1) 公司积极把握零添加市场机会，持续强化健康的品牌标签，23Q1主要产品品类均实现业绩增长，其中零添加酱油品类增速远高于酱油大盘增速。2) 公司加快传统渠道招商铺货，西部大本营市场实现稳定增速的同时积极拓展其他区域，东部/中部/北部市场反馈积极。3) 公司23年Q1销售费用同比减少3.4pct，降幅较大可见公司充分提高销售资金使用效率，促进费用结构持续优化，我们看好公司不断提升运营效率和渠道竞争力，丰富产品矩阵，因地制宜提升公司核心竞争力。建议关注。
- ◆ **风险提示**：1) 宏观经济疲软的风险；2) 行业竞争加剧风险；3) 重大食品安全事件的风险。

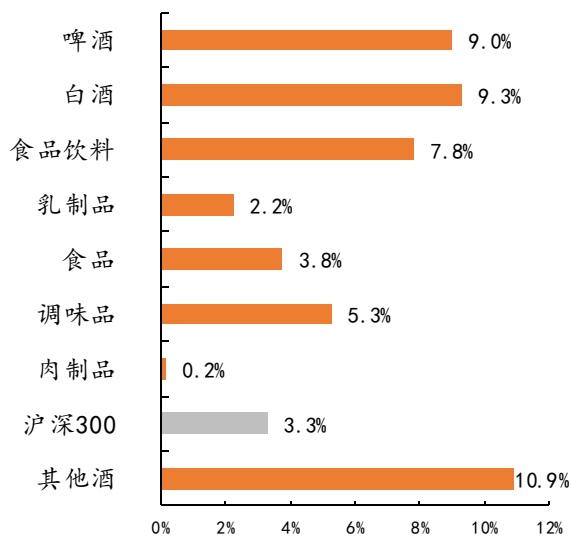
食品饮料周报-涨跌幅数据

本周回顾

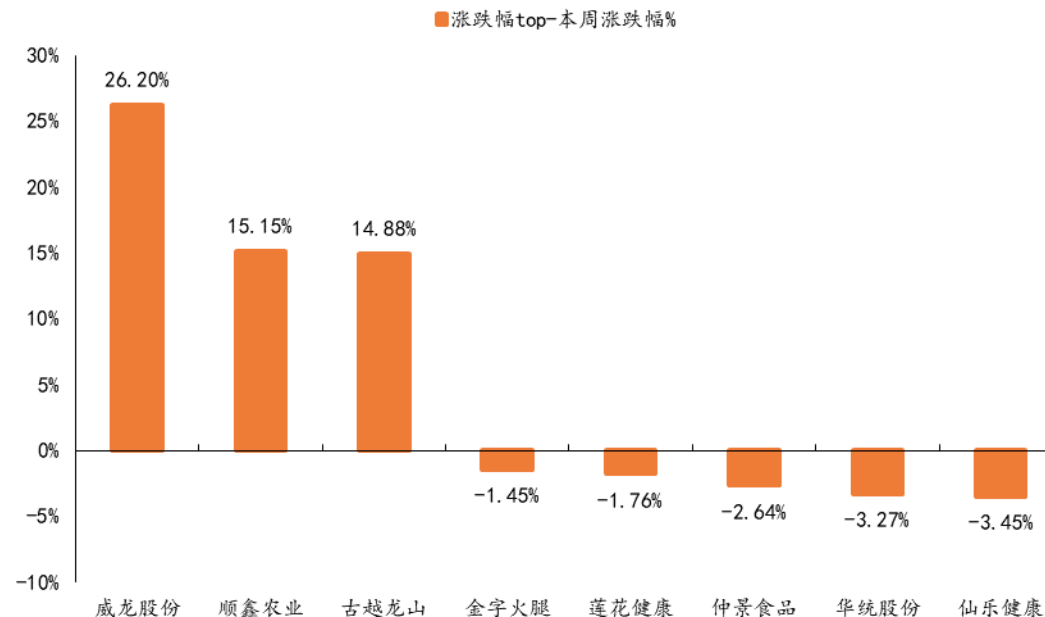
本周食品饮料行业累计涨跌幅+7.82%。食品饮料跟踪标的中：

涨幅TOP3：威龙股份（+26.20%）、顺鑫农业（+15.15%）、古越龙山（+14.88%）。

跌幅TOP5：金字火腿（-1.45%）、莲花健康（-1.76%）、仲景食品（-2.64%）、华统股份（-3.27%）、仙乐健康（-3.45%）。



食品饮料-本周涨跌幅



食品饮料周报-公司公告与事件汇总

行业重大事件



- 茅台股东大会一致认为“酒主业”仍是关注核心：**6月13日，贵州茅台2022年度股东大会在茅台国际大酒店举行。会上，贵州茅台就2022年发展状况进行了汇报。整体来看，2022年，贵州茅台保持了“稳中有进、再创新高”的增长态势，在复杂多变的环境下，实现了“逆增长”。近年来，茅台无论是投资，还是结构布局，始终聚焦酒主业、立足酒主业。“聚主业”是茅台“十四五”规划的发展思路之一，聚焦“酒”主业也被写在了贵州茅台 2022 年的年报中。（云酒头条）
- 小糊涂仙品牌价值三级跳，连夺国际大奖：**6月15日，世界品牌实验室在北京举行了2023年世界品牌大会，并发布了2023年“中国500最具价值品牌”榜单及分析报告。小糊涂仙酒业集团旗下小糊涂仙品牌以165.68亿人民币的品牌价值上榜，而这已经是其第三度登榜，且保持了稳步增速，较之2022年提升了23%。连续三年登陆“中国500最具价值品牌”榜单，反映出小糊涂仙品牌持续攀升的强劲势能。随着品牌内涵、品牌形象与产品矩阵等层面的全面升级，小糊涂仙“浓酱并举、两浓两酱”的战略布局和品类矩阵正式确立，旗下品牌更是动作不断。（云酒头条）
- 乔家大院酒全力冲击清香第二阵营：**自2020年起，乔家大院酒业每年保持着50%以上的高增速。根据行业预测，中国清香白酒的市场规模未来5年内将达到1500亿元，产量将提升到200万千升，行业占比将由15%上升至20%以上。大清香时代潮起，乔家大院酒也将御风起势。历经7年发展，乔家大院酒凭借实力背书与优秀品质，不管是在经销商之间，还是在终端市场都收获了好口碑，更是在各渠道市场引起了不错的反响，动销成绩亮眼。（酒业家）
- 剑南春发挥龙头效应，引领产区发展：**2023四川国际美酒博览会将于6月18日举行，为即将进入消费淡季的白酒行业注入活力。作为德阳产区的龙头企业，剑南春将在本届美酒博览会期间举办多场活动，在国际平台上展示剑南春的品质高度、品牌实力和文化底蕴，引领德阳产区白酒产业高质量发展。剑南春将积极践行领军品牌的担当，详细谋划，周密部署，确保落实，提升德阳产区的知名度和影响力，同时也通过美酒博览会这个平台，全面展示剑南春深厚的底蕴与卓越的品质实力。（糖酒快讯）

食品饮料周报-公司公告与事件汇总

重要个股公告



- 605337.SH李子园**：发布向不特定对象发行可转换公司债券发行公告，公司拟发行60,000.00万元可转债，每张面值为人民币100元，共计600万张，60万手，本次发行的原股东优先配售日及缴款日为2023年6月20日（T日），所有原股东（含限售股股东）的优先认购均通过上交所交易系统进行。认购时间为2023年6月20日（T日）9:30-11:30，13:00-15:00。配售代码为“715337”，配售简称为“李子配债”。
- 603779.SH威龙股份**：发布关于持股5%以上股东股权质押的公告，公司于2023年6月14日获悉股东杭州斐尼克斯企业管理合伙企业（有限合伙）所持有本公司的股份被质押，本次质押股数为26,619,932股，占公司总股本的8.00%，质押融资资金用途为偿还债务。
- 001215.SZ千味央厨**：发布2022年年度权益分派实施公告，公司2022年度权益分派方案为：以公司2022年12月31日总股本86,642,436股为基数，向全体股东每10股派发现金人民币1.70元（含税）。共计派发现金股利为人民币14,729,214.12元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本，本次分红后的剩余未分配利润结转以后年度分配。
- 600419.SH天润乳业**：发布2022年年度权益分派实施公告，分配对象为在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司（以下简称“中国结算上海分公司”）登记在册的本公司全体股东，公司回购专用账户中的4,799,955股公司股份不享有利润分配权利，剔除该部分股份后实际享有利润分配权利的股份总数为315,390,291股，向全体股东每10股派发现金红利1.87元（含税），以此计算合计派发现金红利58,977,984.42元（含税）。2022年度公司不送红股，亦不进行资本公积金转增股本。
- 002732.SZ燕塘乳业**：发布2022年年度权益分派实施公告，公司以总股本15,735万股为基数，向全体股东每10股派发现金红利2.0元（含税），共分配现金红利3,147万元（含税）；不以公积金转增股本；不送红股；剩余未分配利润结转以后年度。

食品饮料周报-公司公告与事件汇总

重要个股公告



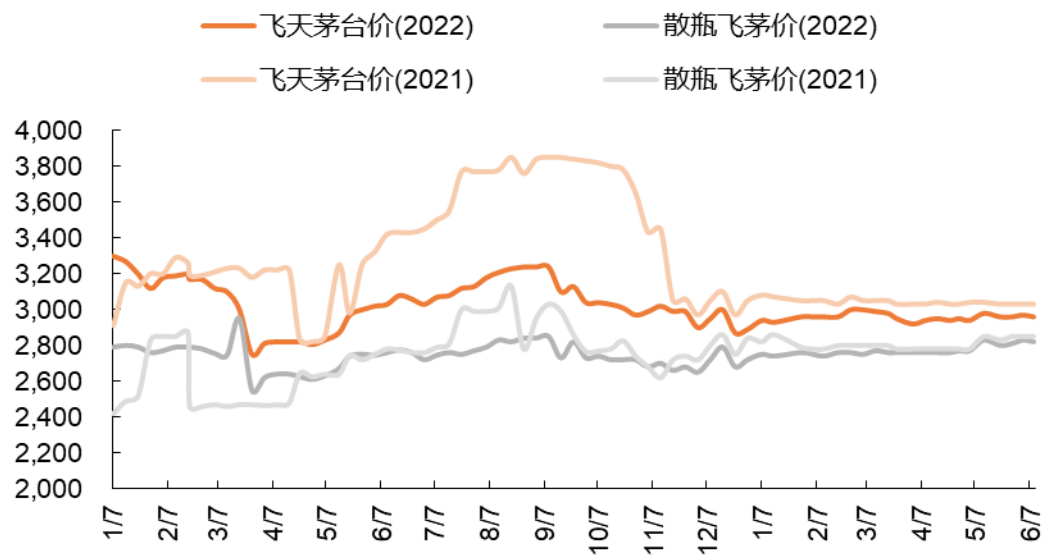
6. **605567.SH春雪食品**: 发布2022年度权益分派实施公告。公司以方案实施前总股本2亿股为基数，每股派发现金红利0.15元（含税），向全体股东每股派发现金股利3000万元。登记/除权/发放日分别为6月21日/26日/26日。
7. **600305.SH恒顺醋业**: 发布关于使用募集资金对子公司增资以实施募投项目的公告。公司向特定对象发行人民币普通股（A股）110,000,000股，募集资金总额为人民币1,142,900,000.00元，募集资金净额为人民币1,121,437,500.37元。为保证募投项目的顺利进行，公司根据实际募集资金净额调整本次募投项目投入募集资金金额，使用募集资金12,000.00万元、13,000.00万元、13,000.00万元、16,000.00万元分别对全资子公司恒顺老陈醋、恒顺酒业、恒顺万通、重庆调味品进行增资，以实施募投项目。
8. **603317.SH天味食品**: 发布关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的公告。本次委托理财受托方中国建设银行股份有限公司双流机场支行，委托理财金额为1亿元，产品委托理财期限是90天，预计年化收益率为1.5%-3%。
9. **002304.SZ洋河股份**: 发布2022年度权益分派实施公告。公司2022年度股东大会审议通过的权益分派方案为：以实施利润分配方案时股权登记日的总股本（不含公司回购专用证券账户中持有的回购股份）为基数，用未分配利润向全体股东每10股派发现金红利人民币37.40元（含税），不送红股、不转增股本。
10. **603777.SH来伊份**: 发布2022年度权益分派实施公告。本次利润分配以方案实施前的公司总股本336,559,908股为基数，每股派发现金红利0.091元（含税），共计派发现金红利30,626,951.63元。登记/除权/发放日分别为6月16日/19日/19日。

食品饮料周报-酒类数据跟踪

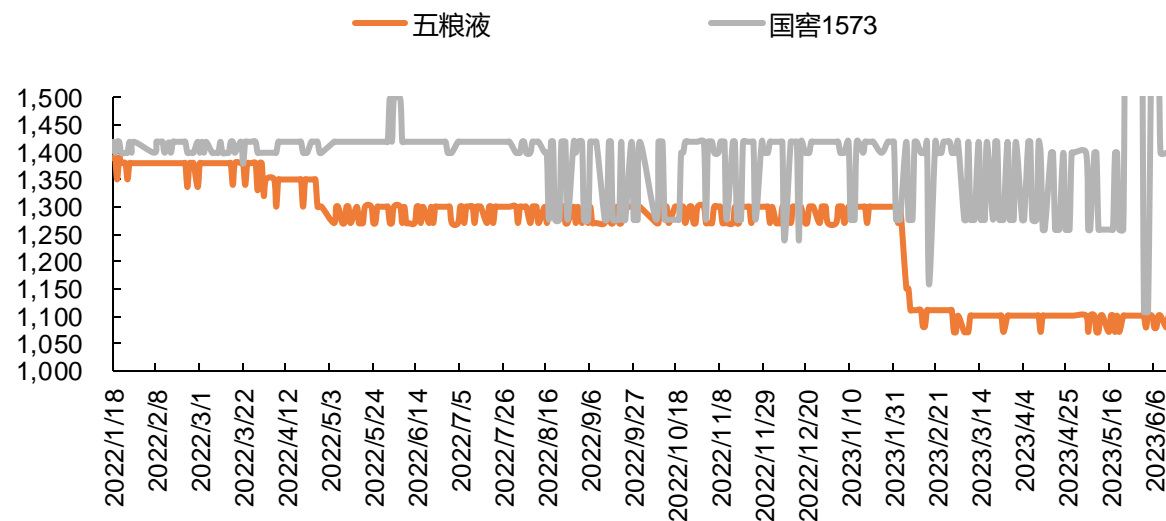
高端白酒批价

截至2023年6月17日，茅台22年整箱批价2970元/瓶，环比上周上升20元，22年散装批价2830元/瓶，环比上周上升10元；截至2023年6月17日，五粮液京东价格1099元/瓶，环比上周持平；国窖1573京东价格1357元/瓶，环比上周下降42元。

- 飞天茅台（53度）行情价（元/瓶）



- 五粮液（52度）、国窖1573（52度）京东价（元/瓶）



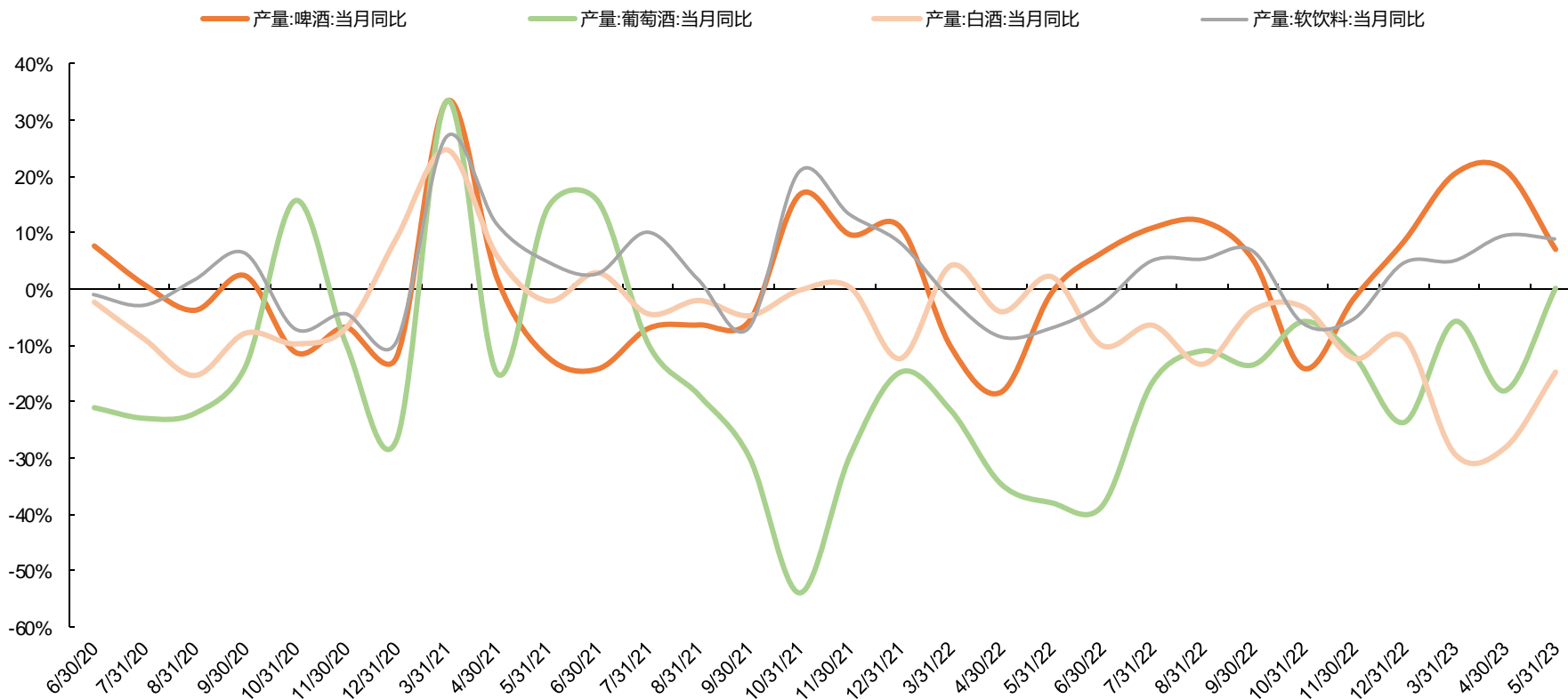
食品饮料周报-产量数据跟踪

酒水饮料产量



2023年5月，我国白酒产量为34.70万千升，同比下降14.70%；啤酒产量为374.60万千升，同比上升7.00%；软饮料产量1584.58万吨，同比上升8.90%；葡萄酒产量为1.00万千升，同比下降23.08%。

- 白酒、啤酒、葡萄酒、软饮料产量当月同比 (%)



数据来源: iFind, 平安证券研究所 (注: 由于统计指标中1-2月产量合并计算, 产量月度同比增速数据只包含3-12月数据)

食品饮料周报-原材料数据跟踪

原材料数据跟踪

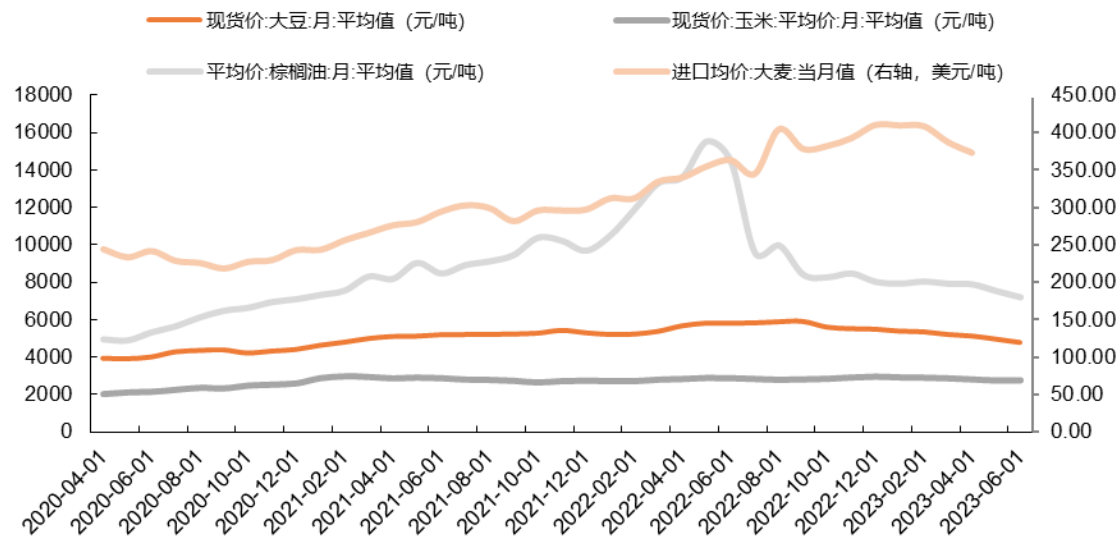
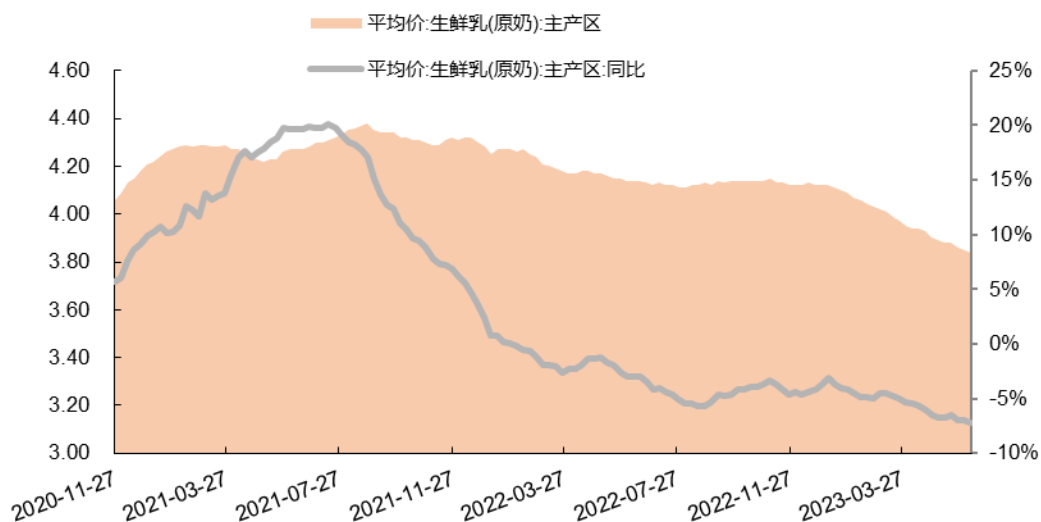


原奶价格：自2020年9月我国原奶价格步入上升周期以来，生鲜乳收购价格涨幅明显，自2022年2月增速首次降为负后，价格开始震荡下降，进入下行空间。6月9日最新数据显示，我国生鲜乳主产区平均价为3.84元/公斤，同比下降7.20%，环比下降0.30%。当前我国原奶价格处于持续下行通道，乳制品生产企业原料成本压力有所缓解。

主要农产品价格：主要农产品价格纷纷进入下行通道，食品饮料生产企业成本端有所缓解。2023年4月进口大麦平均价为373.34美元/吨，同比上涨9.74%，环比下跌3.67%。2023年6月棕榈油平均价格为7097.62元/吨，同比下跌50.82%，环比下跌5.45%；大豆6月平均价格为4782.68元/吨，同比下跌17.38%，环比下跌3.53%；玉米6月平均价格为2769.45元/吨，同比下跌4.10%，环比上涨0.26%。

我国生鲜乳主产区平均价格及同比增速（元/公斤）

主要农产品价格



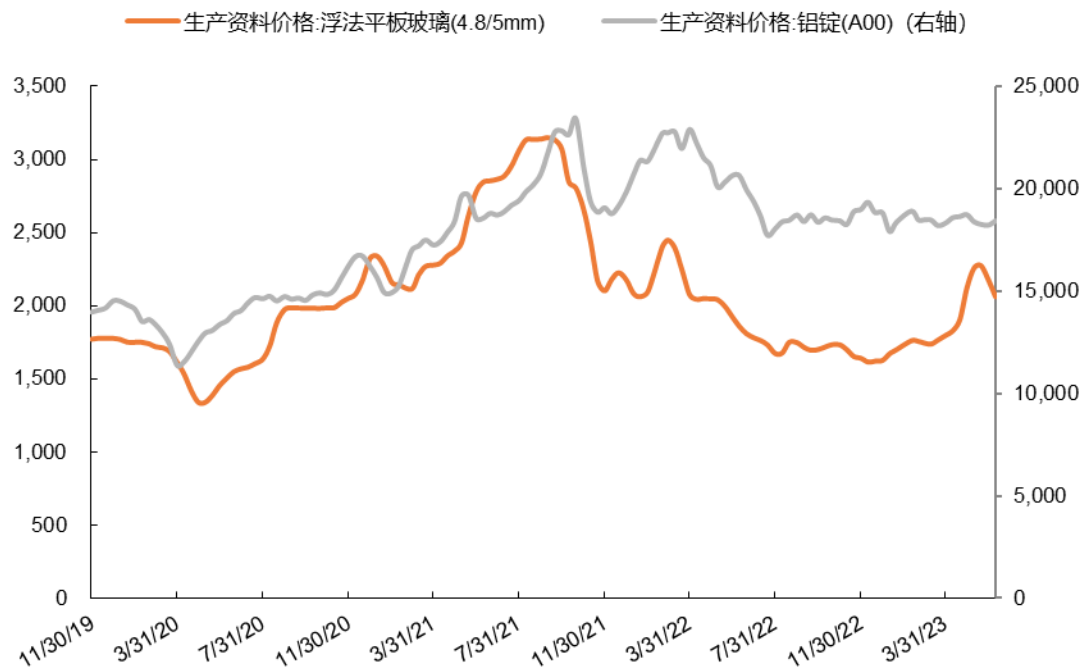
食品饮料周报-原材料数据跟踪

包材数据跟踪

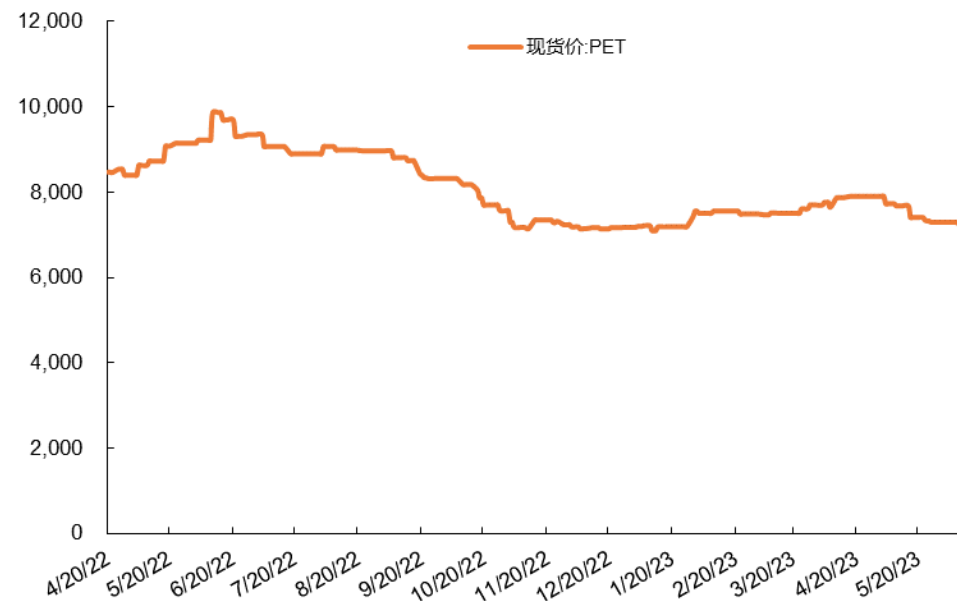


最新数据截至2023年6月10日，我国浮法玻璃市场价为2061.30元/吨，同比上涨10.88%，价格有所回升；铝锭价格为18454.30元/吨，同比下跌10.68%，震荡下跌；最新数据截至2023年6月16日，PET价格为7280元/吨，同比下跌24.79%。

- 我国浮法玻璃与铝锭的市场价格（元/吨）



- 我国PET切片（纤维级）的现货价（元/吨）



食品饮料周报-重点公司盈利预测

| 证券代码 | 公司名称 | 收盘价 (元) | EPS (元) | | | PE(倍) | | | 评级 |
|-----------|------|---------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|----|
| | | | 2022A | 2023E | 2024E | 2022A | 2023E | 2024E | |
| 600519.SH | 贵州茅台 | 1797.69 | 49.93 | 58.15 | 67.21 | 36.0 | 30.9 | 26.7 | 推荐 |
| 000858.SZ | 五粮液 | 184.08 | 6.88 | 7.77 | 8.71 | 26.8 | 23.7 | 21.1 | 推荐 |
| 600809.SH | 山西汾酒 | 219.97 | 6.64 | 8.50 | 10.77 | 33.1 | 25.9 | 20.4 | 推荐 |
| 000568.SZ | 泸州老窖 | 232.60 | 7.04 | 8.87 | 10.82 | 33.0 | 26.2 | 21.5 | 推荐 |
| 002304.SZ | 洋河股份 | 145.15 | 6.22 | 7.29 | 8.47 | 23.3 | 19.9 | 17.1 | 推荐 |
| 000596.SZ | 古井贡酒 | 267.90 | 5.95 | 7.24 | 9.02 | 45.1 | 37.0 | 29.7 | 推荐 |
| 603369.SH | 今世缘 | 59.37 | 2.00 | 2.49 | 3.09 | 29.8 | 23.8 | 19.2 | 推荐 |
| 600702.SH | 舍得酒业 | 146.96 | 5.06 | 6.55 | 8.59 | 29.1 | 22.4 | 17.1 | 推荐 |
| 600600.SH | 青岛啤酒 | 105.92 | 2.72 | 3.27 | 3.85 | 38.9 | 32.4 | 27.5 | / |
| 600132.SH | 重庆啤酒 | 99.58 | 2.61 | 3.35 | 3.88 | 38.1 | 29.8 | 25.6 | 推荐 |
| 000729.SZ | 燕京啤酒 | 13.21 | 0.12 | 0.21 | 0.30 | 105.7 | 63.5 | 44.6 | / |
| 603345.SH | 安井食品 | 158.31 | 3.75 | 4.90 | 6.14 | 42.2 | 32.3 | 25.8 | 推荐 |
| 001215.SZ | 千味央厨 | 72.61 | 1.18 | 1.54 | 2.04 | 61.7 | 47.3 | 35.5 | 推荐 |
| 300973.SZ | 立高食品 | 71.24 | 0.85 | 1.84 | 2.62 | 83.9 | 38.8 | 27.2 | / |
| 603288.SH | 海天味业 | 51.05 | 1.11 | 1.23 | 1.45 | 45.8 | 41.6 | 35.1 | 推荐 |
| 603027.SH | 千禾味业 | 21.65 | 0.36 | 0.52 | 0.67 | 60.8 | 41.3 | 32.4 | / |
| 603170.SH | 宝立食品 | 21.79 | 0.54 | 0.69 | 0.87 | 40.5 | 31.7 | 25.0 | 推荐 |
| 600887.SH | 伊利股份 | 29.37 | 1.48 | 1.97 | 2.27 | 19.8 | 14.9 | 12.9 | 推荐 |
| 002946.SZ | 新乳业 | 16.38 | 0.42 | 0.59 | 0.75 | 39.3 | 27.7 | 21.8 | / |

股票投资评级：

强烈推荐（预计6个月内，股价表现强于市场表现20%以上）

推 荐（预计6个月内，股价表现强于市场表现10%至20%之间）

中 性（预计6个月内，股价表现相对市场表现在±10%之间）

回 避（预计6个月内，股价表现弱于市场表现10%以上）

行业投资评级：

强于大市（预计6个月内，行业指数表现强于市场表现5%以上）

中 性（预计6个月内，行业指数表现相对市场表现在±5%之间）

弱于大市（预计6个月内，行业指数表现弱于市场表现5%以上）

公司声明及风险提示：

负责撰写此报告的分析师（一人或多人）就本研究报告确认：本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格。

本公司研究报告是针对与公司签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本公司研究报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。未经书面授权刊载或者转发的，本公司将采取维权措施追究其侵权责任。

证券市场是一个风险无时不在的市场。您在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。请您务必对此有清醒的认识，认真考虑是否进行证券交易。市场有风险，投资需谨慎。

免责条款：

此报告旨在发给平安证券股份有限公司（以下简称“平安证券”）的特定客户及其他专业人士。未经平安证券事先书面明文批准，不得更改或以任何方式传送、复印或派发此报告的材料、内容及其复印本予任何其他人。

此报告所载资料的来源及观点的出处皆被平安证券认为可靠，但平安证券不能担保其准确性或完整性，报告中的信息或所表达观点不构成所述证券买卖的出价或询价，报告内容仅供参考。平安证券不对因使用此报告的材料而引致的损失而负上任何责任，除非法律法规有明确规定。客户并不能仅依靠此报告而取代行使独立判断。

平安证券可发出其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。本报告及该等报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法。报告所载资料、意见及推测仅反映分析员于发出此报告日期当日的判断，可随时更改。此报告所指的证券价格、价值及收入可跌可升。为免生疑问，此报告所载观点并不代表平安证券的立场。

平安证券在法律许可的情况下可能参与此报告所提及的发行商的投资银行业务或投资其发行的证券。

平安证券股份有限公司2023版权所有。保留一切权利。